



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В ФАРМАЦИИ



МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ УКРАИНЫ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

З. Н. Мнушко, Н. В. Чмыхало, Н. М. Мусиенко,
О. Ю. Рогуля, Е. Н. Евтушенко, А. Б. Ольховская

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В ФАРМАЦИИ

Монография

Харьков
Издательство НФаУ
«Золотые страницы»
2006

УДК 615.1:339.13

ББК 65.050

М 43

Рекомендовано

*Ученым советом Национального фармацевтического университета
(протокол № 5 от 23. 12. 2004 г.)*

Рецензенты: Е. Г. Кныш, доктор фармацевтических наук, профессор, заведующий кафедрой управления и экономики фармации Запорожского государственного медицинского университета;

П. Г. Перерва, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой организации производства и управления персоналом Национального технического университета «ХПИ»;

Т. А. Грошевой, доктор фармацевтических наук, профессор, заведующий кафедрой фармацевтических дисциплин Тернопольского государственного медицинского университета им. И. Я. Горбачевского.

М 43 **Международный маркетинг в фармации /** З. Н. Мнушко, Н. В. Чмыхало, Н. М. Мусиенко и др. — Харьков: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2006. — 392 с.

ISBN 966-615-281-9

ISBN 966-400-045-0

Монография включает обобщение методологических основ международного маркетинга, анализ его среды, проведение маркетинговых исследований и в целом формирование комплекса маркетинга при работе фармацевтических фирм на внешнем рынке. Рассмотрена ценовая политика в международном маркетинге с систематизацией видов цен и ценных стратегий предприятий на внешнем рынке. Представлен анализ экономико-правовых принципов внешнеэкономических операций, стимулирования, защиты и определения эффективности иностранных инвестиций в фармацевтическую отрасль в Украине, в том числе примеры и результаты отдельных научных исследований авторов.

Предназначена для руководителей фармацевтических организаций, государственных учреждений, специалистов в области маркетинга и внешнеэкономической деятельности, преподавателей и студентов фармацевтических вузов.

УДК 615.1:339.13

ББК 65.050

ISBN 966-615-281-9
ISBN 966-400-045-0

© Национальный фармацевтический университет, 2006
© З. Н. Мнушко, Н. В. Чмыхало, Н. М. Мусиенко,
О. Ю. Рогуля, Е. Н. Евтушенко, А. Б. Ольховская, 2006

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1. Методологические основы международного маркетинга	7
1.1. Введение в международный маркетинг	7
1.2. Цели, задачи и функции международного маркетинга	11
1.3. Особенности международного фармацевтического маркетинга	15
1.4. Современные тенденции и проблемы внешнеторговой деятельности фармацевтической отрасли Украины	18
1.5. Этапы и стратегии выхода фармацевтических предприятий на зарубежные рынки	47
2. Среда международного маркетинга	57
2.1. Факторы внешней и внутренней маркетинговой среды	57
2.2. Влияние политico-правовой среды на международный фармацевтический маркетинг	59
2.3. Экономические факторы внешней маркетинговой среды	69
2.4. Социокультурные и прочие факторы среды международного маркетинга	70
2.5. Показатели оценки состояния зарубежного и украинского фармацевтических рынков	74
2.6. Здравоохранение зарубежных стран как внешняя среда международного маркетинга	80
2.6.1. Структуры управления и финансирование здравоохранения	94
2.6.2. Формы медицинского и лекарственного обслуживания населения	104
2.6.3. Подготовка медицинских и фармацевтических кадров	111
3. Организация маркетинговых исследований на внешнем рынке	118
3.1. Цель, задачи, функции и назначение международных маркетинговых исследований	118
3.2. Особенности международных маркетинговых исследований	122
3.3. Этапы, типология и стадии процесса международных исследований рынка лекарственных средств	126
3.4. Анализ мирового фармацевтического рынка	133
3.5. Информационное обеспечение маркетинговых исследований на фармацевтическом рынке за рубежом	147
3.6. Источники информации о зарубежных фармацевтических фирмах-партнерах	150
4. Формирование комплекса маркетинга при работе на внешних рынках	160
4.1. Международные аспекты товарной и сбытовой политики предприятий	160
4.2. Товарная политика фармацевтических фирм на мировом рынке	168
4.3. Инновационный маркетинг в деятельности фармацевтических компаний	173
4.3.1. Методические подходы к определению емкости рынка для новых лекарственных средств	211

4.4. Исследования уровня новизны лекарственных средств на фармацевтическом рынке	215
4.5. Реклама в комплексе международного маркетинга	223
4.5.1. «Паблик рилейшинз» как составляющая эффективной деятельности фармацевтических предприятий	243
5. Ценовая политика в международном маркетинге	249
5.1. Систематизация видов цен в международной торговле	249
5.2. Ценовые стратегии фирм на внешнем рынке	256
5.2.1. Ценовые стратегии фармацевтических фирм на внешнем рынке	259
5.3. Методики ценообразования в международном маркетинге	263
5.4. Таможенная стоимость и методы ее определения	266
5.5. Контроль за ценами и особенности ценообразования на лекарственные препараты в странах с развитой фармацевтической промышленностью	272
5.6. Директивы комиссии ЕС по регулированию цен на лекарственные средства	287
6. Экономико-правовая поддержка внешнеэкономических операций	291
6.1. Причины, функции и виды рисков в международном маркетинге	291
6.2. Страхование внешнеэкономического риска	311
6.3. Лицензирование внешнеэкономической деятельности в области международного фармацевтического маркетинга	318
6.4. Стимулирование иностранных инвестиций в фармацевтическую отрасль в Украине и их защита	324
6.4.1. Критерии экономической эффективности инвестиций	328
Основная и дополнительная литература	333
Приложения	345

Монографія включає узагальнення методологічних основ міжнародного маркетингу, аналіз його середовища, проведення маркетингових досліджень і в цілому формування комплексу маркетингу при роботі фармацевтичних фірм на зовнішньому ринку. Розглянута цінова політика у міжнародному маркетингу із систематизацією видів цін і шіннових стратегій підприємств на зовнішньому ринку. Представлено аналіз економіко-правових принципів зовнішньоекономічних ситуацій, стимулювання, захисту і визначення ефективності іноземних інвестицій у фармацевтичну галузь в Україні, в тому числі приклади і результати окремих наукових досліджень авторів.

Призначена для керівників фармацевтичних організацій, державних установ, фахівців в області маркетингу і зовнішньоекономічної діяльності, викладачів і студентів фармацевтичних вузів.

Наукове видання

Мнушко Зоя Миколаївна

Чміhalo Надія Василівна

Мусієнко Наталя Михайлівна

Рогуля Ольга Юріївна

Євтушенко Олена Миколаївна

Ольховська Анжела Борисівна

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ

Монографія

Російською мовою

Відповідальний за випуск *T. В. Сополева*

Редактор *A. M. Миколюк*

Коректор *H. Ю. Шестьора*

Комп'ютерна верстка *B. Г. Євлахова*

Оформлення обкладинки *Є. М. Кожухова*

Підписано до друку 12.10.2006. Формат 60×90 1/16. Папір офсет.

Гарнітура NewtonC. Друк офсет. Ум. друк. арк. 24,5.

Обл.-вид. арк. 22,85. Тираж 300 прим. Зам. 446.

Видавництво Національного фармацевтичного університету

Україна, 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 53

Свідоцтво серії ДК № 33 від 04.04.2000

ТОВ «Золоті сторінки»

Україна, 61145, м. Харків, вул. Космічна, 26

Тел./факс (057) 701-0-701

Свідоцтво серії ДК № 276 від 12.12.2000